

Самкова В.А.,  
г. Екатеринбург

## КУЛЬТУРНАЯ ИДЕНТИФИКАЦИЯ КАК МОДЕЛИРОВАНИЕ СМЫСЛОВОГО ПОЛЯ ГЛОБАЛИЗИРУЮЩЕГОСЯ ПРОСТРАНСТВА

Современное понимание культурной идентификации охватывает несколько пересекающихся областей культурной реальности. Феноменологическое богатство социальной, культурной, психологической действительности, стоящее за понятием «идентификация», допускает многогранность концептуализации идентификации и идентичности. На наш взгляд, процесс идентификации проходит в контексте новой социальности индивида. Все социально-экономические, политические кризисы последних десятилетий напрямую связаны с кризисом идентичности. Э.Эриксон в своих работах по идентичности подчеркивал, что общество, в отличие от индивида, не имеет качества субъективности, и это определение можно использовать лишь метафизически, как атрибут индивида [3, с.28-33, 130, с.162]. Рассматривая концепцию идентификации Н.Н.Авдеевой, Н.Н. Обозова [1, с.140-157], где идентификация представлена как процесс взаимопонимания, условие сопереживания, мы выделяем не только эмоциональную, но и рациональную связь между субъектом и отождествляемым объектом. Сегодня у нас достаточно оснований утверждать, что в глобализирующемся пространстве идентификация становится более содержательной и усложненной. На наш взгляд, духовно-практический компонент культурной идентификации имеет аксиологические и акмеологические основания, что, в свою очередь, дает возможность индивиду активной переживать процесс самопознания, саморазвития, самовоспитания. Исходя из наличия современных социально-философских, социологических, психологических концепций мы определяем культурную идентификацию как важнейшее условие социализации личности. Механизм идентификации проявляется в

отождествлении индивида с определенной группой или общностью, способствует активному освоению образцов и стереотипов поведения, присущих членам этой группы, принятию в качестве собственных групповых норм, целей, социальных ролей, установок, идеалов. На наш взгляд, сегодня метафизика идентичности выступает в двух смыслах: вечного вопроса о месте человека в глобализирующемся мире, и месте в культурном пространстве. Можно добавить несколько, важных на наш взгляд смыслов, таких как: роль и место человека, несущего этнокультурную идентичность в глобальное социальное, политическое, культурное пространство. На этом метафизическом уровне понимания культурной идентичности, мы попадаем в череду онтологических и аксиологических, а также акмеологических противоречий. Сегодня в глобализирующемся пространстве, разрушаются или утрачиваются духовно-нравственные нормы, ценности и идеалы. В глобализирующемся обществе духовные, нравственные нормы, ценности и идеалы уступают место естественным устремлениям людей к материальному обладанию и к наслаждению, что актуализирует значимость психологических и социально - философских аспектов культурной идентификации. Глобализация расширяет мировоззренческий круг переживаний индивида, усиливает напряжение его духовного опыта, который является основополагающим фактором подлинной культурной идентичности. Сегодня культурная идентификация выступает основным условием становления ролевой идентичности личности, условием формирования его ценностных ориентаций, усвоения норм и образцов поведения. *Культурная идентификация* может быть также определена как проявление эмоциональной привязанности к духовному образу и идеалу, материальному знаку, символу. Исходя из наличия проблемы культурной идентификации в условиях глобализирующегося пространства, необходимо подчеркнуть, что культурная идентификация выступает как дифференциация, классификация, категоризация вещей, событий, людей. Культурная идентификация как способ отождествления субъекта с объектом определяет

момент активности личности в стремлении постижения подлинности бытия или постижения его новых смыслов. В целом, культурная идентификация выступает условием осознания индивидом себя, своей сущности в процессе развития.

В ситуации, когда объектом идентификации является человек, культурная идентификация выступает как процесс опознания того качества, на основании которого можно отнести личность к некоему классу или типу – например, идентификация по культурному, социальному типу; а также признать личность целостной и идентичной самой себе и т.д. В контексте глобализации за последние 10-15 лет появилось множество новых факторов критериев, условий культурной идентификации, которым ранее не уделялось должного научного внимания. Сегодня необходимо выделить один из наиболее значимых факторов, критериев культурной идентификации, на наш взгляд, это социально-экономический фактор. Исходя из наличия которого, мы рассмотрим и проанализируем *постмодернистическую идентичность*.

При этом нам необходимо подчеркнуть, что идеологической установкой постмодернизма в целом, является отрицание наличия в современной культуре единой ценностно-смысловой основы и устойчивой структуры, а следовательно и единого художественного стиля. Модернизация и новые технологии способствуют развитию новой этики и новой эстетики, которые задают новый формат глобализующему пространству и идентичности. Нанотехнологии и стиль хай-тек определяют эстетику материальной среды глобализующегося пространства. Стремясь освободить культуру от мертвых значений и ложных ценностных иерархий, постмодернисты занимаются деконструкцией глобализующегося пространства, в целом, дискредитируя культурную традицию. Когда проектируются новые города, кварталы, дома, квартиры, наличие новых технологий определяют дизайн новых объектов как «вычищенный космос», или как «принципиально иная реальность». Внешнее пространство постмодернистических конструкций напоминает корабли, звездолеты из

недавних фильмов о будущем. Где за полупрозрачными стенами появляются размытые силуэты, непонятных для отчуждающего это пространство обывателя, понятных для заказчика, многофункциональных конструкций, выполненных по индивидуальному авторскому проекту. Матовые перегородки в пространстве конструкции непроницаемы для тех, кто снаружи, они дают возможность рассматривать все и всех изнутри. Футуристическая мебель может быть облечена в белую кожу или выполнена из новых современных экологических сплавов. Глаз слепят отражающие стеклянные, зеркальные и хромированные поверхности. Наличие инженерных систем поражает воображение, они настолько сложные, что управлять ими без специальной инструкции просто не возможно, схемы работы гравированы на специальных металлических табличках. Пол в таком жилом пространстве всегда теплый, он из бетона с силиконом, в помещениях всегда работает система климатконтроль. Новые проекты экогорода Маздар и OneHydePark абсолютная инновация, доступная избранным, гипербогатым людям, их число можно найти в рейтингах журнала Forbes. Время заставляет этих людей, которые совсем недавно были названы как глобократы, менять отношение к людям в целом, и вещам, все «отпускать», когда приходит срок. Глобализация не только время формирования новой картины мира, это время смены декораций, время новых трендов, культурных акторов. В нашей лексиконе появились новые термины, такие как **глобократ**, **лохас** и др., нас интересует их сущность, их тождества и различия. На первый взгляд, они тождественны по сути.

**Лохас** - новая социальная общность разборчивых и образованных людей, обеспеченных, живущих в комфорте, выбирающих не только экологические чистые продукты и товары, но и экологическое чистое место для жизни, строящие экогорода. Вопрос экономии ресурсов для них условен и относителен. Увлечение идеями движения LOHAS (Lifestyles of health and sustainability) есть проявление самого трепетного отношения к себе любимому, и никакого противоречия, к окружающему

миру. Идеологом нового для нас движения, для американцев и европейцев, это скорее норма, считают Альберта Гора, бывшего вице-президента США, книга которого «Неудобная правда» об экологическом состоянии мира, стала своего рода библией для защитников окружающей среды. Среди наиболее ярких «зеленых звезд» деятели культуры и видные политики, бизнесмены и многие другие. Сторонников этого движения в мире уже более 8 миллионов. За ними не стоят скандальные акции протеста или шумные митинги. Они живут в согласии с собой и миром. Чтобы посмотреть, как организована их жизнь, достаточно посетить центральные города Европы, такие как Вена, Цюрих. Наиболее традиционное воплощение идей *лохас* находится в сфере здорового питания. Но обязательно вкусного. В Европе и Америке маркировки Bio, Eco, Organic находятся под контролем у государства и уважаемы со стороны потребителей, что говорит о высокой культуре потребителя. Такие товары, продукты не дешевы, хранятся меньший срок, но сохраняют натуральный вкус и цвет, содержат больше полезных для здоровья веществ и пользуются повышенным спросом у этой категории покупателей. Выбор одежды для *лохас* диктуется наличием натуральных материалов, это шелк, шерсть, хлопок, лен; без отбеливателей и химических красителей. Шерсть должна быть получена только с живых животных, которые паслись в естественных условиях. Состояние окружающей среды, наличие натурального продукта, принцип, которым настоящий *лохас* не поступится никогда, выстраивая мир разумного потребления. Он думает об экологии воды и воздуха, экономии энергоресурсов, об экологичности технологий, которые должны соответствовать требованиям Reduce, Reuse, Recycle. *Лохас* готовы платить на 20% больше за свои экопричуды, общий объем «зеленого рынка» оценивается более чем в 500 млрд. долларов. Рост *лохас* в развитых странах продолжается. А что происходит в современной России, или мы опять пропускаем что-то интересное!? Скорее да, чем нет, так как новое пространство и новые принципы являются дорогостоящими проектами, сегодня это доступно только единицам россиян.

В заключение можно сказать, что в каждом человеке изначально заложена потребность в самоидентификации, потребность в осознании себя в новых жизненных реалиях, осмысления своего положения во вновь возникшей системе социальных координат. Для нас значимым является следующее утверждение А.Бандуры о том, что идентификация представляет собой непрерывный процесс, и как механизм социального наследования, включает многократное моделирование и глубокое изменение личности. В то же время, культурная идентификация индивида остается не пассивным подражанием, а сознательным действием индивида, где культурная идентификация как способ и условие моделирования смыслового поля глобализирующегося пространства.

#### Литература

1. Авдеева Н.Н., Обозов Н.Н. Психология межличностных отношений. - Киев: Лыбидь, 1990.-191с.
2. Bandura A. Social-Learning Theory of Identificatory Processes // D.A. Goslin (Ed.) Handbook of Socialization Theory and Research. – Chicago, 1969. – 455 p.
3. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ./Э.Эриксона; Общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. – М.: Прогресс, 1996.-343с.

Сизоненко З.Л.,

г. Уфа

#### О РОЛИ ТРАДИЦИЙ В ПРОЦЕССЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ СЕМЕЙНЫХ ПОКОЛЕНИЙ

Велика значимость семьи в период раннего детства, когда происходит становление этнического самосознания. Именно в этом возрасте внедряются в сознание основы тех базовых ценностей, которые затем составляют фундамент ценностных построений взрослого человека, являющегося в семье